

## Comunicação em Museus Universitários: sobre a presença dos museus virtuais brasileiros na *World Wide Web*

### Communication in University Museums: on the presence of Brazilian virtual museums on the *World Wide Web*

Marcus Granato<sup>1</sup>

Emanuela Sousa Ribeiro<sup>2</sup>

Victor Emmanuel Teixeira Mendes Abalada<sup>3</sup>

DOI 10.26512/museologia.v9iEspecial.32041

#### Resumo

Este artigo tem como objetivo problematizar a comunicação dos museus universitários virtuais brasileiros. Inicialmente é apresentado o recorte do estudo, que se circunscreve apenas aos museus que se autodeclararam universitários e virtuais. A seguir, realiza-se uma breve revisão bibliográfica sobre museus virtuais e suas características, bem como apresentam-se as características desejáveis da comunicação em museus a partir da Declaração de Caracas, publicada em 1992, aplicando-as ao recorte da pesquisa. Trata-se de investigação de âmbito qualitativo e quantitativo, tendo-se realizado pesquisa bibliográfica e documental, lançando mão de fontes primárias e secundárias. Para os resultados qualitativos adaptou-se o método da análise de conteúdo. Conclui-se que os museus universitários virtuais têm pouca expressividade quantitativa e que sua comunicação no ciberespaço ainda é um desafio em construção.

#### Palavras-chave

Museu Universitário. Museu Virtual. Comunicação em Museus. Declaração de Caracas.

#### Abstract

This paper aims to problematize museum communication in Brazilian Virtual University Museums. Firstly, it is presented the frame of the study, which is limited to museums that identify themselves both as university and virtual. A brief bibliographic review of virtual museums and their characteristics follows, as are presented the characteristics viewed as desirable by the Declaration of Caracas, published in 1992, trying to apply them to the research's profile. It is a qualitative and quantitative investigation, having carried out bibliographic and documentary research, in which primary and secondary sources are used. For the qualitative results, an adaptation of content analysis methodology was used. As a conclusion, it is revealed that virtual university museums present little quantitative expression in comparison to their larger picture, and their communication in cyberspace is still part of an undergoing challenge.

#### Keywords

University Museum. Virtual Museum. Museum Communication. Declaration of Caracas.

1 Engenheiro metalúrgico e de materiais, D.Sc., Pesquisador da Coordenação de Museologia do MAST/MCTIC, professor do curso de pós-graduação em Museologia e Patrimônio (UNIRIO/MAST), vice-coordenador do Programa de Pós Graduação em Preservação de Acervos de Ciência e Tecnologia do Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST, editor do periódico eletrônico *Museologia e Patrimônio*, bolsista de produtividade IC do CNPq. E-mail: marcus@mast.br ORCID - <https://orcid.org/0000-0003-1616-9313>

2 Bacharel em História pela UFMA (2000) e Bacharel em Direito pela PUC-PE (2016). Mestre (2003) e Doutora (2009) em História, UFPE. Docente do Departamento de Antropologia e Museologia (DAM) na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora Associada, Curso de Bacharelado em Museologia, UFPE (2009...). Professora, MINTER em Museologia e Patrimônio - PPG-PMUS, UNIRIO/MAST/UFPE. E-mail: emanuelasousaribeiro@yahoo.com.br ORCID - <https://orcid.org/0000-0002-8105-6801>

3 Doutor em História pela UERJ, Mestre, Bacharel e Licenciado em História pela UNIRIO, tem atuado sempre em zonas de interdisciplinaridade, dialogando com diversas áreas. Atualmente, é bolsista no Programa de Capacitação Institucional (PCI) no Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST), pesquisando temas relativos à cultura material, ao patrimônio de ciência e tecnologia e aos museus universitários.

## Introdução

Este artigo tem como objetivo problematizar a comunicação dos museus universitários virtuais brasileiros, questionando não apenas sua presença quantitativa na *world wide web* (“www”), mas principalmente problematizando seu papel no processo comunicativo das universidades.

Nesta perspectiva, pensamos o processo de comunicação dos museus a partir das considerações e recomendações postas na Declaração de Caracas, publicada em 1992 (DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992) e ainda tão atuais, principalmente quando se trata das discussões sobre museus e comunicação no âmbito das universidades na “www”, e da cibercultura contemporânea, tal como propõe Lévy (1999).

Tais questionamentos se fazem cada dia mais relevantes na medida em que os museus universitários se definem a partir de sua concepção e vivência “no contexto das práticas típicas das universidades e que no seu cotidiano técnico, político e administrativo vivenciam o seu sistema de valores e a sua função social” (RIBEIRO; SEGANTINI; GRANATO, 2019: 54). Ou seja, se os museus universitários se caracterizam exatamente por seu vínculo estreito com as práticas universitárias, discutir sua presença na “www” implica discutir também se, e como, as universidades se comunicam no ciberespaço através dos seus museus virtuais.

Assim, este artigo apresenta, inicialmente, o recorte do estudo, que se circunscreve apenas aos museus que se autodeclaram universitários e virtuais, cuja identidade, perfil e quantificação apresentaremos no próximo item, bem como uma breve revisão bibliográfica sobre museus virtuais, considerando que, para as análises que propomos, não se faz necessário estudar a fundo questões como usabilidade<sup>4</sup>, navegabilidade<sup>5</sup> e acessibilidade<sup>6</sup>, para perceber o quão tímida é a presença dos museus universitários na “www”.

Em seguida, apresentamos as características desejáveis da comunicação em museus a partir da Declaração de Caracas e estabelecemos questões de pesquisa que nos permitiram analisar o potencial comunicacional dos museus universitários virtuais, pois, tanto as necessidades de comunicação deste tipo de museu, como sua presença na “www” podem, potencialmente, ser propositivas de diálogos com o público interno e externo às universidades.

Essa perspectiva de análise se faz mais significativa no momento singular que enfrentamos, com o advento da pandemia denominada COVID-19. As projeções que têm sido feitas para o período pós-pandêmico mostram que existe uma elevada probabilidade de que os efeitos culturais e sociais por ela determinados sejam permanentes e estes incluem modificação de posturas e hábitos, como a redução da participação em situações de agrupamento humano, de viagens de turismo à longa distância e de visitas presenciais a instituições culturais, como os museus. Nessa perspectiva, a existência de espaços na “www”

4 “Capacidade do produto de software ser compreendido, apreendido e operado pelo usuário, bem como de ser atraente quando usado sob condições especificadas” (PINHEIRO; FERREZ, 2014: 226).

5 A navegabilidade compreende, além das características da usabilidade, “as características dos usuários, em particular as estratégias que adotam no processo de resolução de problemas e de tomada de decisão” (SILVINO; ABRAHÃO, 2003: 5) para navegação na arquitetura de um site.

6 “Acessibilidade se refere à utilização da Web em igualdade de oportunidades, com segurança e autonomia. O seu público-alvo somos todos nós, usuários atuais e futuros, dos serviços e sites web.” Disponível em: <<https://www.w3c.br/Materiais/materiais/cartilha-w3cbr-acessibilidade-web-fasciculo-III.html>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

Comunicação em Museus Universitários:  
sobre a presença dos museus virtuais brasileiros na *world wide web*

representativos dessas instituições já está se tornando um imperativo e formas de comunicação mais eficazes e adaptadas a essa nova realidade são essenciais.

Os resultados que são apresentados e analisados neste artigo têm por origem o projeto de pesquisa “Patrimônio Cultural de Ciência e Tecnologia e Museus Universitários: pesquisa, análise e caracterização de relações estratégicas”<sup>7</sup>, desenvolvido no Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST/MCTI) e com a colaboração de várias instituições brasileiras. Num primeiro momento, os museus virtuais não estavam no foco do projeto, sendo apenas registrados para análise global dos resultados. No entanto, em função da realidade atual, decidiu-se partir para um olhar mais detalhado e reflexivo.

Em relação à metodologia<sup>8</sup>, trata-se de pesquisa de âmbito qualitativo e quantitativo, tendo como fonte de dados sítios na internet e fichas de registro do projeto “Valorização do Patrimônio Científico e Tecnológico Brasileiro”<sup>9</sup>. Trata-se, portanto, de pesquisa bibliográfica e documental, lançando mão de fontes primárias e secundárias. Apesar do intervalo de tempo (2009-2014) em que foram produzidos, retornou-se aos dados do levantamento realizado pelo “Projeto Valorização” por se tratar do primeiro em seu âmbito de caráter nacional no Brasil. A ficha de registro original foi adaptada para contemplar dados que não foram produzidos sobre os próprios espaços dos museus, suas condições de guarda, segurança e acessibilidade.

A partir dos dados atualizados, procedeu-se ao foco nos museus virtuais e utilizou-se como elemento interpretativo as questões de pesquisa formuladas a partir da Declaração de Caracas, os *sites* dos museus foram visitados e analisados. A metodologia para formulação dos elementos interpretativos baseou-se em adaptação do método de análise de conteúdo (BARDIN, 1977; GOMES, 2012), detalhada no item em questão.

Os resultados aqui apresentados consistem em um balanço quantitativo do universo dos museus universitários virtuais no Brasil e, principalmente, uma análise qualitativa das suas possibilidades de comunicação, tal como preconizado pela Declaração de Caracas. No panorama final do que foi possível constatar, caracteriza-se uma realidade que deve, provavelmente, começar um movimento de transformação em função das características da nova “normalidade” que se constituirá no futuro pós-pandêmico.

## Museus Universitários e Museus Virtuais

Nos últimos anos, o conceito de Museu vem sendo objeto de discussões, no âmbito do ICOM, para elaboração de uma nova definição que possa contemplar aspectos contemporâneos e as diferentes manifestações desse fenômeno. No entanto, o resultado que seria discutido na última Conferência Geral do ICOM (2019), em Kyoto, foi tão controverso que se decidiu adiar *sine die* e ampliar as discussões para uma futura decisão. Assim, internacionalmente, a definição de consenso possível ainda remonta à 2007, aprovada na 21ª Conferência Geral, em Viena. A partir dela, segundo Abalada e Granato:

7 Disponível em: <<http://www.mast.br/pt-br/museologia-2.html?layout=edit&id=4874>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

8 Para maior detalhamento ver: (ABALADA, Victor Emmanuel Teixeira Mendes; GRANATO, Marcus, 2019.)

9 Disponível em: <<http://www.mast.br/projetovalorizacao/index.html>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

Infere-se, conseqüentemente, que o museu, a partir desta formulação, volta-se para a salvaguarda e preservação dos marcos da experiência humana, da memória construída pelo homem, de modo a torná-la acessível e inteligível às sociedades atuais, auxiliando a perpetuação e desenvolvimento de seu conhecimento (ABALADA; GRANATO, 2019: 3).

Quanto aos museus universitários, que seriam um tipo de museus, ou melhor, que seriam museus que funcionam e estão inseridos na instância universitária, sua definição, teoricamente, deve seguir a definição do ICOM ou a definição registrada na legislação brasileira (BRASIL, 2009). No entanto, é de conhecimento geral que ambas as definições não permitem que vários “museus” no país possam ser assim denominados. Entendemos que essas definições são marcos a serem alcançados, como um museu pleno deverá ser, mas sem com isso eliminar as diversas iniciativas que se autodenominam museus e que assim são reconhecidas.

No âmbito universitário, esse panorama parece ser mais dramático. Nesse contexto, entendemos como museu universitário aqueles inseridos na universidade, de acordo com o que define a lei brasileira para esse tipo de instituição de ensino superior (BRASIL, 2006), diferenciada das faculdades e centros universitários, tanto em termos de complexidade quanto de qualidade. Em especial, apenas as universidades estão obrigatoriamente estruturadas sobre o tripé indissociável ensino-pesquisa-extensão e, assim, têm a obrigação de realizar pesquisas e estabelecer relação dialógica com o público em geral, para além da comunidade acadêmica, no que os museus têm papel de destaque e mesmo se poderia afirmar que seriam, por excelência, os locais privilegiados de interface com a sociedade. Nesse contexto, concordamos com Ribeiro e Pôssas (2006) que atribuem aos museus universitários a responsabilidade social, com destaque para sua interface universidade-sociedade, para a disseminação da cultura universitária, da ciência e tecnologia no país.

Ressaltamos que não incluímos as coleções universitárias nesse conjunto, pelas especificidades que contemplam, especialmente no sentido de serem muitas vezes coleções científicas e que são produto da atividade de pesquisa em áreas diversas do conhecimento, sendo tratadas de forma bem diferente das coleções museológicas<sup>10</sup>. O exemplo sobre as coleções de paleoinvertebrados do Museu Nacional, pesquisado e discutido por Lima (2019), é característico e explicita bem a complexidade dessas coleções, pois, conforme a autora:

O patrimônio associado às ciências só conseguirá ser compreendido como parte integrante do Patrimônio Cultural de C&T, quando a sociedade tiver contato com a riqueza dos processos e práticas associados à sua constituição e não somente com o produto muitas vezes “bruto” da produção desse conhecimento, por via das exposições. Ora, isto só é amplamente conseguido quando houver um diálogo construtivo entre as áreas das respectivas ciências e a Museologia, enquanto campo científico em construção (LIMA, 2019: 291).

A diversidade dos museus universitários já vem sendo objeto de estudo e também já foi verificado que estes são *loci* privilegiados para o salvamento do patrimônio cultural de ciência e tecnologia (GRANATO *et al.*, 2014). No entanto, também é de conhecimento geral que, salvo exceções, a grande maioria desses espaços é originada de iniciativas pessoais, sejam de docentes, pesquisadores ou técnicos, e cujos espaços não apresentam condições mínimas para preservação

10 Um trabalho importante que inclui as coleções universitárias é Almeida (2002).

de seus acervos ou para a sua socialização. Segundo Marques e Lira-da-Silva, as dificuldades típicas enfrentadas pelos museus universitários são:

- 1) dificuldades financeiras; 2) falta de autonomia; 3) tensões nas relações com departamentos (entre professores, estudantes e funcionários) e com as comunidades universitária e local; 4) pressão dos departamentos para a utilização do espaço; 5) abandono das coleções; 6) falta de espaço para armazenamento e para a exposição; 7) falta de profissionais especializados em atividades museológicas; 8) chefia exercida por pessoas sem formação na área museológica; 9) acúmulo de função por parte dos dirigentes (MARQUES; LIRA-DA-SILVA, 2011: 78).

Apesar de passados quase dez anos, a situação permanece bastante similar ao relatado pelas autoras. As justificativas são bem conhecidas, geralmente atribuindo-se ao fato de que as instituições de ensino superior não têm como objetivo final ou função inicial a preservação dos acervos que geram. Esse fato, no entanto, nos parece uma simplificação. Outros tantos museus encontram-se em situação de melhor desenvolvimento e também estão sob a tutela de instituições que não fazem parte do setor cultural.

Assim, por um lado, nos museus universitários temos características que são singulares e favorecem a possibilidade de salvaguarda de bens culturais que certamente têm função social de destaque (e a pandemia que grassa pelo mundo traz motivos para reflexões sobre o caso) e, por outro, temos uma situação em que muitas vezes dentro da própria universidade não se conhece a existência dos museus.

Além das considerações feitas até o momento, outro ponto a ser discutido e que constitui o centro de interesse deste artigo é a presença dos museus universitários no ciberespaço, que conforme Lévy:

(...) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999: 15-16).

Em especial, frente à nova realidade que possivelmente teremos após a passagem da pandemia de coronavírus, podemos afirmar que as vivências culturais no ciberespaço são um novo tipo de universal – no sentido filosófico metafísico do termo – que, não está vinculado à ideia de totalidades, mas de possibilidades de articulação e de indeterminação das condições de vida na sociedade (LEVY, 1999: 110), assumindo, portanto uma importância ímpar enquanto espaço de vivência das/nas/para as universidades.

Nessa perspectiva, é importante estabelecer a diferença, sublinhada por Magaldi (2010), entre o fenômeno do digital e do virtual: o primeiro ocorre apenas com o uso das ferramentas computacionais; por outro lado, o virtual compreende, necessariamente, a relação entre o ser humano e as ferramentas computacionais, pois “Esse mundo simulado pelo computador, e acessível através da Grande Rede, a Internet, é uma segunda forma de se apresentar a realidade” (MAGALDI, 2010: 60).

Compreendemos, portanto, que as manifestações dos museus na internet podem ser diversas e vêm se diversificando com o tempo. Do ponto de vista da legislação brasileira, o Estatuto dos Museus (BRASIL, 2009) não estabelece

diferenciação entre museu e museu virtual. Esta especificação só aparece na Resolução Normativa do IBRAM de nº 1, de 14 de dezembro de 2016, que trata do Registro de Museus e define o “Museu virtual: [como] museus que se comunicam com o público geral somente em espaços de interação virtual” (BRASIL, 2016).

Esta Resolução é ambígua no que tange ao reconhecimento legal dos museus virtuais pelo Estado, pois apesar de defini-los (ou seja, reconhece sua existência), sugere que os museus virtuais não devem ser objeto de registro, ou seja, não são enquadrados como museus para fins de reconhecimento e registro legal, conforme inferimos do seu artigo 13:

Art. 13. Os museus a serem registrados deverão:  
I - estar a serviço da sociedade e seu desenvolvimento;  
II - ser instituição de caráter permanente;  
III - preservar bens naturais e culturais, de natureza material ou imaterial;  
IV - estimular a produção do conhecimento seja de maneira formal ou não formal;  
V - trabalhar de forma regular com bens culturais musealizados;  
VI - possuir exposição ou comunicar seus bens culturais musealizados;  
VII - ser instituição aberta ao público;  
VIII - não comercializar bens culturais musealizados;  
IX - não se caracterizar como processo museológico;  
X - não se caracterizar como unidade de conservação da natureza;  
**XI - não se caracterizar como museu virtual.**  
(BRASIL, 2016, grifo nosso)

Esta interpretação não é unânime, pois Ferreira e Rocha (2018) afirmam o contrário:

(...) destaca-se que a noção de organização está associada a um conjunto de pessoas que se reúnem para atingir um determinado objetivo, enquanto a Instituição seria constituída por instrumentos reguladores, como regras e normativas, e construções cognitivas de sentido que fundamentam e favorecem a legitimação dos processos organizacionais. Já a institucionalização pode ser entendida como o “processo pelo qual as organizações e procedimentos adquirem valor e estabilidade”. Como tudo o que é instituído ou em vias de institucionalização, compartilhamos do entendimento de que os Museus Virtuais Originais Digitais são passíveis de serem institucionalizados e, por conseguinte, classificados enquanto instituição museológica. Nesse sentido, a definição de Museus Virtuais apresentada pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) corrobora e legitima a face institucional desses Museus, frente às diretrizes estabelecidas pelo Decreto no 8.124/13 (FERREIRA; ROCHA, 2018: 5880).

De fato, trata-se de uma questão a ser aprofundada em seus aspectos jurídicos e, principalmente, em suas consequências sociais, tendo em vista que a Rede Nacional de Identificação de Museus, criada pela Portaria Ibram nº 7 de janeiro de 2017, possui uma remissão aos museus virtuais na aba de seleção dos “Tipos”. Por hora, o que é possível inferir é que, do ponto de vista das políticas públicas e do ordenamento jurídico, há diferentes interpretações acerca do que seja, e como deve ser reconhecido, o museu virtual.

No âmbito acadêmico, os estudos são bastante diversificados, existindo trabalhos nas áreas da Sociologia, Comunicação, Ciência da Informação, Tecnologia da Informação e, claro, da Museologia, que é nosso foco neste trabalho. Magaldi (2010) aponta a relevância das relações que os museus estabelecem com o

ciberespaço, bem como das perspectivas interdisciplinares que se estabelecem quando a relação entre o homem e o patrimônio ocorre através do museu virtual. Magaldi e Scheiner apontaram os principais autores da Museologia que contribuíram para estes estudos:

A discussão do que vem a ser museu virtual é complexa e carece de mais trabalhos que tratem este tema, em especial no campo da Museologia. Entre os poucos autores brasileiros com vivência no campo e cujos trabalhos vêm contribuindo para essa discussão, destacam-se Carvalho (1998, 2005, 2009, 2008), Lima e Mendes (2009), Lima e Costa (2007, 2009), Miranda (2001), Loureiro (1998, 2003, 2009) e Scheiner (1998, 1999, 2004, 2006, 2007, 2009). Por mais que estes autores não constem no decorrer deste artigo, devido ao recorte proposto neste trabalho, é fundamental citar as referidas produções, devido à importância destas referências para o estudo dos Museus Virtuais (MAGALDI; SCHEINER, 2010: 3)

Apesar da ampliação dos estudos acerca das relações entre o museu e a virtualidade, a Museologia ainda carece de estudos acerca das temáticas. Lima (2019), em publicação recente, revisita estudo anterior de 2009 e analisa seus resultados frente à nova realidade, dez anos depois, a partir das três categorias de museus virtuais que elaborou (A – Museu Virtual Original Digital; B – Museu Virtual Conversão Digital; e C – Museu Virtual Composição Mista) e conclui:

que o uso desta designação – virtual – pelas instituições de caráter museológico, quando efetivamente enquadradas de acordo com a definição de Museu conforme o campo da Museologia, tratam de representações que assim se identificam, reconhecem as suas modalidades museológicas específicas e usufruem das possibilidades que os tempos de novas TICs oferecem.

.... cremos não ser mais possível afirmar, como constatamos na literatura que havíamos consultado, que os museus virtuais existem só em um formato (exclusivo no ciberespaço) ou ainda somente duas formas (no ciberespaço ou no mundo real replicado no ciberespaço) (LIMA, 2019a: 101).

Assim como Lima (2019a), outros autores destacam a grande diversidade de grupos interpretativos que podem ser identificados na análise praxiológica dos museus autodenominados virtuais. Segundo Ferreira e Rocha (2018), em relação às especificidades técnicas e conceituais associadas à constituição de linguagens digitais e o Ciberespaço, os modelos de museus podem ser denominados de: museu digital, webmuseu, cibermuseu e museu virtual, conforme podemos observar na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 - Classificações de acordo com Ferreira e Rocha (2018)

TIPO	DEFINIÇÃO
<b>MUSEU DIGITAL</b>	<i>Museu Digital é usualmente empregado para qualificar processos museológicos mediados pela linguagem digital, fazendo referência às iniciativas desenvolvidas no decorrer da década de 1990 que, em sua maioria, eram constituídas por reproduções digitais de obras de arte, armazenadas em suportes ópticos que apresentavam uma interface gráfica de acesso off-line, com conteúdos que não dependiam necessariamente da internet para serem visualizados (2018: 5872).</i>

<b>WEBMUSEUS</b> - Os Webmuseus, cujos prefixos remetem às especificidades do protocolo Web, é por vezes empregado para classificar as interfaces comunicacionais de processos museológicos realizados no contexto institucional dos museus físicos, mas que são difundidas via Web (2018: 5873).	1º TIPO: Websites constituídos como ferramentas de divulgação institucional na internet (2018: 5873).
	2º TIPO: aquele que reúne obras de arte criadas originalmente em formato digitais, e “[...] que não tem origem em pigmentos, tela ou aço, mas que é composta de pixels desde seu princípio, digitalmente destinada para a tela do computador (2018: 5873).
	3º TIPO: ambiente composto por obras digitais que exploram as potencialidades das interfaces hipermídia, promovendo ações reativas entre o sistema e o usuário dessa categoria (2018: 5873).
<b>CIBERMUSEUS</b>	Cibermuseus seriam uma categoria de museu constituída apenas no Ciberespaço, sem uma interface física. Ainda no entendimento do referido autor, os Cibermuseus seriam Websites projetados com interfaces gráficas que buscam uma relação de similaridade com os edifícios físicos do modelo clássico de museu. Assim, utilizam padrões que “orientam o usuário em algo novo baseado em algo familiar” (2018: 5874).
<b>MUSEUS VIRTUAIS</b>	Museus Virtuais seriam uma nova tipologia de Museu, constituída de “perspectivas diferentes das tradicionalmente conhecidas” e que demandam por “adequações para exercer a informação e comunicação na Museologia” (2018: 5878).

Fonte: Adaptado de Ferreira e Rocha (2018).

No contexto deste trabalho, consideramos que a classificação proposta por Ferreira e Rocha (2018) nem sempre foi operacional para o universo dos museus virtuais universitários, tendo em vista o seu reduzido número e, principalmente, seu baixo nível de organização institucional. Os exemplares estudados por esses autores apresentam um perfil mais estruturado de institucionalização, permitindo análises mais profícuas.

Acreditamos que as duas abordagens anteriormente apresentadas se complementam, tendo em vista que Ferreira e Rocha (2018) fazem uma análise mais voltada para as questões de natureza ontológica dos museus, enquanto Lima (2019a: 10) apresenta uma abordagem focada na “determinação terminológica que, resultante de consenso do campo [da Museologia], venha estabelecer o processo da normalização com vistas ao intercâmbio informacional”, fazendo foco em temas caros à práxis dos museus (as relações com a coleção e com a institucionalização).

Nesta perspectiva, optamos por utilizar, neste trabalho, os grupos interpretativos sugeridos por Lima (2019a), segundo a Tabela 2, a seguir.

Tabela 2 - Grupos interpretativos de acordo com Lima (2019a)

<b>Categoria</b>	<b>Características Institucionais do Acervo</b>
Categoria A - Museu Virtual Original Digital	Museu e Coleção sem correspondentes no mundo físico
Categoria B - Museu Virtual Conversão Digital	Museu e Coleção com correspondentes no mundo físico
Categoria C - Museu Virtual Composição Mista	Museu sem correspondente no mundo físico e Coleção convertida digitalmente

Fonte: Adaptado de Lima (2019a).

Esta escolha deve-se ao fato de que nosso interesse de pesquisa está mais direcionado para as questões relativas à capacidade de comunicação dos museus universitários no ciberespaço, uma perspectiva que, acreditamos, tem grande dependência dos processos organizacionais e da institucionalização.

No âmbito da pesquisa de campo que desenvolvemos e a partir do uni-

Comunicação em Museus Universitários:  
sobre a presença dos museus virtuais brasileiros na *world wide web*

verso encontrado, consideramos, assim como Lima (2019a: 13), a autodenominação de museus virtuais, considerando que “a designação expressa o pensamento que o próprio campo da Museologia acata e referenda, tendo em vista que os museus se identificam desta maneira e, por este modo, reconhecem-se publicamente”.

Foram excluídas da análise outras formas de presença dos museus universitários na “www”, como as menções em sites institucionais e a presença nas redes sociais. Ambas são extremamente numerosas, contudo, consideramos que não trazem o sentido de permanência e continuidade que caracterizam pelo menos a intenção dos processos de musealização, necessitando de uma análise a partir de outros pressupostos comunicacionais e fora do escopo de abordagem deste artigo.

### Museus universitários virtuais no Brasil: a gota d’água no oceano

A primeira grande tarefa delimitada pelo projeto foi a realização do levantamento de museus universitários no Brasil. A necessidade de recuperar a identidade e localização desses espaços que, em muitos casos, permanecem algo obscuros tornava premente a necessidade de um trabalho do gênero. Certamente dados nacionais já haviam sido previamente apresentados, contudo, os dados levantados divergem na quantidade e na metodologia de levantamento, como pudemos inferir em trabalhos anteriores cujos resultados sistematizamos na Tabela 3, a seguir.

Tabela 3 - Comparação quantitativa de museus universitários em pesquisas anteriores

Fonte	Data	Quantidade de Museus Universitários Identificados
Bruno, 1997	1997	Mais de 100
Almeida, 2001	1999	109
Almeida, 2001	2001	129
Meirelles, 2015	2015	273
Ribeiro, Segantini, Granato, 2019	2019	157

Fonte: Adaptado de (RIBEIRO, SEGANTINI, GRANATO, 2019, p. 56-57)

Estes números, além de necessitarem ser revistos em virtude da passagem do tempo, nem sempre estão associados a uma listagem nominal desses espaços, o que impossibilitava a localização dos museus com acervo de C&T dentro do recorte da pesquisa, fundamental para o prosseguimento da mesma.

Assim, na impossibilidade de um levantamento extensivo e aprofundado devido às limitações e foco da pesquisa, mas continuando a ser irrefutável a necessidade de um levantamento prévio a partir do qual poderia observar-se melhor a localização, concentração e estado dos museus com acervo no recorte, optou-se por executar tal empreitada concentrando-se apenas em pesquisas virtuais, realizadas através de mecanismos de busca, dentro e fora das páginas das universidades brasileiras, cuja relação fora obtida através da plataforma oficial de Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior (e-MEC)<sup>11</sup>, valendo-se também dos registros disponibilizados na página do Comitê

11 Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 14 abr. 2020.

Internacional para Coleções e Museus Universitários (UMAC)<sup>12</sup>, no âmbito do Conselho Internacional de Museus (ICOM), bem como de consulta às fichas do projeto *Valorização do Patrimônio Científico e Tecnológico Brasileiro*.

Para evitar problemas de confiabilidade, atualidade e validade na informação coletada, os museus contabilizados tinham de ter sido referenciados em algum espaço do sítio institucional da universidade na internet, ou, em se tratando de informação coletada em outro espaço que não a página oficial da instituição ou a ela vinculada, a referência não poderia ser anterior a 05 anos, período de tempo escolhido por ser anterior ao término do projeto *Valorização*, cujos dados foram utilizados como base. Buscava-se assim evitar informações ultrapassadas e inválidas, o que levaria à contabilização de espaços possivelmente não mais existentes. Interessante frisar que a existência de museus virtuais foi, nesse primeiro momento, assinalada, porém, a exceção de casos que se referiam a museu físico com versão virtual, não contabilizada.

De tal modo, o projeto publicou uma primeira versão da listagem do levantamento em novembro de 2019<sup>13</sup>, que, desde então, vem sendo atualizada a partir do *feedback* recebido, que apontou tanto instituições encerradas ou não mais sob tutela universitária, como, de forma mais enfática, instituições que não haviam sido contabilizadas. Uma nova listagem pretende ser divulgada posteriormente, após a consolidação dos dados, porém, desta maneira, temos, atualmente, 418 museus universitários identificados, dos quais 23 na região Norte (N), 81 no Nordeste (NE), 36 no Centro-Oeste (CO), 173 no Sudeste (SE), e 105 no Sul (S); ao passo que, na primeira listagem, falava-se de 415 espaços, correspondendo à divisão regional de 20 (N), 82 (NE), 36 (CO), 165 (SE) e 112 (S). A diferença entre as contagens é, no momento, pequena, expondo o exaustivo trabalho de pesquisa realizado através dos recursos na *web*, porém é, simultaneamente, considerável, se for pensado que foram feitas tanto adições quanto exclusões.

De qualquer forma, o que tal diferença evidencia, e o próprio projeto já havia apontado em trabalho anterior, divulgando resultados parciais, é a precariedade da exposição desses museus na *web*, reforçando a necessidade da reversão da situação atual (ABALADA; GRANATO, 2019). É apenas através da exposição nas plataformas *on-line*, bem como do registro em bases (internacionais) como a organizada pelo UMAC – incluindo a devida atualização periódica dos dados<sup>14</sup> – que esses espaços podem obter maior visibilidade, tanto, obviamente, no âmbito virtual, quanto, simultaneamente, mesmo no físico. De outro modo, o museu universitário dificilmente terá capacidade de se abrir para além da própria universidade que o abriga, pois sequer consegue ser visível para além da própria comunidade acadêmica em que se insere.

Não sendo local de esmiuçar as diferentes formas nas quais esses museus se fazem presentes em todo o espaço virtual, não deixa de ser necessário expor como essas diferentes formas de presença interferem, necessariamente, na quantidade e qualidade de informações que podem ser obtidas e coletadas. Perceba-se, por exemplo, que se conseguiu identificar apenas os e-mails para

12 Na página institucional do UMAC, há o sistema de localização mundial de museus e coleções universitárias, que inclui a possibilidade de adição de novos registros e atualização de dados anteriores pelas próprias instituições e interessados. Disponível em: <<http://university-museums-and-collections.net/search?country%5B%5D=28>>. Acesso em: 14 abr. 2020.

13 Disponível em: <[http://www.mast.br/images/projetos\\_de\\_pesquisa/2019/outubro/listagem-museus-universitarios-31-10-19.pdf](http://www.mast.br/images/projetos_de_pesquisa/2019/outubro/listagem-museus-universitarios-31-10-19.pdf)>. Acesso em: 14 abr. 2020.

14 Observou-se que os dados divulgados mesmo em plataformas como o UMAC, muita vezes, além de incompletos, estão bastante defasados por parte das próprias instituições.

Comunicação em Museus Universitários:  
sobre a presença dos museus virtuais brasileiros na *world wide web*

contato de 369 instituições, sendo que, destes, 21 revelaram-se inválidos, estando provavelmente desatualizados.

Ainda dentro da questão dos endereços eletrônicos e de importância para a observação de quanto os próprios departamentos e universidades realmente apoiam estes espaços, buscou-se perceber quantos e-mails eram referentes aos próprios museus e quantos, na verdade, designavam o contato de pessoal de setor específico, professores, diretores ou outros encarregados, não remetendo a um e-mail de caráter institucional, centralizado, reforçando uma personalização do que deveria ser encarado como parte integrante do quadro institucional da universidade. Por razões similares, procurou-se identificar quantos destes endereços eletrônicos carregavam em si a marca da ligação institucional no domínio e quantos recorriam a domínios ordinários, tais quais @gmail, @yahoo e @hotmail, comuns a e-mails pessoais.

Assim, observou-se que 48 dos 348 endereços de e-mail válidos obtidos eram referentes especificamente a pessoas envolvidas com o museu, e não ao museu em si, o que, para além da questão do reconhecimento institucional, reforça a fragilidade da continuidade desses espaços como projetos mantidos e desenvolvidos por determinados indivíduos cujo vínculo com a universidade eventualmente acabará. Inclusive, sendo estas as informações disponibilizadas *on-line* e tendo em vista que muitas vezes não há atualização periódica dos dados, dificulta-se, inclusive, o contato por parte do público, seja ele específico ou geral, para além do período em que o detentor do e-mail vincula-se ao museu.

Igualmente, identificou-se que 96 dos museus com endereços de e-mail recuperados optavam ou eram forçados a utilizar domínios ordinários, que não explicitavam qualquer vínculo institucional. Dos 252 demais museus cujos e-mails válidos foram obtidos, se todos tinham endereços que carregavam no domínio o vínculo institucional, havia ainda um pequeno grupo que apresentava diferentes opções de e-mail, que incluíam tanto o e-mail institucional, quanto outro fora, complexificando a questão e sugerindo uma tentativa desses espaços de fugir de burocracias e limitações tecnológicas que, de certa forma, a institucionalização pode vir a impor.

Adicionando mais elementos à presença dos museus universitários no vasto universo da internet, note-se que, a exceção de 03 casos, referentes a museus físicos que correspondem a museus virtuais, não haviam sido computados os dados referentes aos museus virtuais, de tal modo que a esses números têm de ser somados 29 museus autodenominados virtuais identificados, ainda que tal número tenha de ser relativizado por algumas questões. Assim, desse total de 29 museus, há de se ter em conta que 02 dos museus apresentam-se como ainda em construção, com acesso a qualquer conteúdo indisponível<sup>15</sup>; os 03 museus já mencionados, previamente contabilizados; o Museu AfroDigital, embora apresente sites diferentes, com vínculos a instituições diferentes – e mesmo em regiões diferentes –, fazia referência a apenas um único museu, com o que denomina 05 “estações” diversas, sendo necessário frisar que o endereço de duas delas está, atualmente, fora do ar, compondo o grupo de 04 endereços de museus autodenominados virtuais identificados que, no presente momento, encontram-se indisponíveis.

Isso significa um total, atual, de 21 museus universitários autodenomina-

15 O Museu Virtual do Esporte/e Museu do Esporte (UERJ) também se apresenta em construção, porém já apresenta uma exposição temporária, na qual é possível navegar; razão pela qual não é descartado como os demais, pois apresenta algum conteúdo acessível ao público.

dos virtuais efetivamente operantes, dividindo-se entre 01 vinculado à universidade da região Norte, 03 vinculados às universidades da região Nordeste, 03 do Centro-Oeste, 09 do Sudeste, 04 do Sul e mais 01 museu suprarregional, com 03 estações em funcionamento – 02 vinculadas a universidades do Nordeste e uma vinculada à universidade do Sudeste. Portanto, em relação ao universo original de 418 museus, há de somar-se 18 virtuais que ainda não haviam sido adicionados ao total, significando que apenas 4,1% dos 436 museus universitários brasileiros existentes identificados, independentemente ou não da questão física, corresponde a museus virtuais, um número irrisório.

É interessante perceber que, de acordo com dados disponibilizados pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), em pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros, cuja última atualização ocorreu em 2018, apenas 61% dos museus presentes na internet com acervo físico os digitaliza (TIC CULTURA 2018, 2019, p. 266). De forma mais importante, destes, apenas 34% disponibiliza, ao menos parcialmente, o acervo digitalizado para o público através da internet, sendo que 10% o fazem no site da própria instituição, outros 9% se utilizam de sites de outras instituições para fazê-lo e os demais 15% o fazem através de outros meios, notadamente as redes sociais (TIC CULTURA 2018, 2019: 274).

Ainda nesta tônica da presença virtual, é curioso perceber que, como frisa Oliveira (2007: 155), os museus da USP foram dos primeiros, ao lado do Museu do Ipiranga e do Museu da República a terem suas interfaces na “www”, no Brasil, nos idos de 1995. No entanto, o portal dos museus da USP, como o próprio autor advertia, já não era mais existente quando da escrita do texto, fato que ressalta como, se houve um pioneirismo dentro do grupo dos museus universitários no desbravamento do território virtual, esse não teve prosseguimento e a exploração desses recursos foi mesmo deixada de lado ou abandonada, como o quadro levantado atesta.

A partir desse contexto, passaremos, a seguir, a analisar os 21 museus universitários virtuais, atualmente em funcionamento, identificados na pesquisa, que são apresentados na Tabela 4, a seguir.

Tabela 4 - Museus Universitários Virtuais no Brasil, Âmbito Administrativo, Áreas do Conhecimento e Classificação

Museus Universitários na “www”	Universidade	Âmbito administrativo	Áreas do conhecimento <sup>16</sup>	Classificações (Lima, 2019a)
1 - Museu AfroDigital – <a href="https://museuafrodigital.ufba.br/">https://museuafrodigital.ufba.br/</a> <a href="http://www.museuafrodigital.com.br/paginazero/">http://www.museuafrodigital.com.br/paginazero/</a> <a href="http://www.museuafroorio.uerj.br/">http://www.museuafroorio.uerj.br/</a>	UFBA, UFMA, UFPE, UFMT, UERJ	Público – federal e estadual (UERJ)	Antropologia	C
2 - Museu Virtual de Anatomia da UFPA – <a href="https://museuvirtual.wixsite.com/ufpa">https://museuvirtual.wixsite.com/ufpa</a>	UFPA	Público - federal	Morfologia	B
3 - Museu Virtual de Zoologia da UNEB – <a href="http://npai.com.br/museu-virtual/">http://npai.com.br/museu-virtual/</a>	UNEB	Público - estadual	Zoologia	B
4 - Museu Virtual da UERN – <a href="http://www.uern.br/museu/default.asp?item=museu-apresentacao">http://www.uern.br/museu/default.asp?item=museu-apresentacao</a>	UERN	Público - estadual	História	C

16 Classificação de áreas do conhecimento disponível no sítio do CNPq (Grupos de Pesquisa). Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/web/dgp/arvore-do-conhecimento>>. Acesso em: 30 mai. 2020.

Comunicação em Museus Universitários:  
sobre a presença dos museus virtuais brasileiros na *world wide web*

5 - Museu de Arte Abraham Palatnik – <a href="http://www.natalnet.br/palatnik/">http://www.natalnet.br/palatnik/</a>	UFRN	Público - federal	Artes	C
6 - Museu Virtual de Anatomia Humana – <a href="http://www.mva.fm.unb.br/">http://www.mva.fm.unb.br/</a>	UnB	Público - federal	Morfologia	C
7 - Museu Virtual de Ciência e Tecnologia – <a href="http://www.museuvirtual.unb.br/">http://www.museuvirtual.unb.br/</a>	UnB	Público - federal	Educação	C
8- Museu Virtual da Biodiversidade do Cerrado Prof. José Hidasí – <a href="http://www.pucgoias.edu.br/hidasí/home/">http://www.pucgoias.edu.br/hidasí/home/</a>	PUC/GO	Confessional	Ecologia	C
9 - Centro Virtual de Memória da Extensão (CEVEX) – <a href="https://www.ufmg.br/cevex/">https://www.ufmg.br/cevex/</a>	UFMG	Público - federal	História	C
10 - Museu Virtual do Esporte/ eMuseu do Esporte – <a href="https://www.emuseudoesporte.com.br/">https://www.emuseudoesporte.com.br/</a>	UERJ	Público - estadual	Educação Física	A
11 - Museu Virtual da Faculdade de Medicina – <a href="http://www.museuvirtual.medicina.ufrj.br/">http://www.museuvirtual.medicina.ufrj.br/</a>	UFRJ	Público - federal	Medicina	C
12 - Museu Virtual do Instituto de Física da UFRJ - <a href="http://biblioteca.if.ufrj.br/museu-virtual/">http://biblioteca.if.ufrj.br/museu-virtual/</a>	UFRJ	Público - federal	História	C
13 - Museu de Memes – <a href="http://www.museudememes.com.br/">http://www.museudememes.com.br/</a>	UFF	Público - federal	Comunicação	A
14 - Museu Virtual Técnico do Laboratório de Topografia e Geodésia – LTG – <a href="https://ltgwebmstr.wixsite.com/ltgptr/museu-virtual">https://ltgwebmstr.wixsite.com/ltgptr/museu-virtual</a>	USP	Público - estadual	Geociências	B
15 – Museu Virtual do IBILCE – <a href="https://www.ibilce.unesp.br/#!/instituicao/museu/">https://www.ibilce.unesp.br/#!/instituicao/museu/</a>	UNESP	Público - estadual	História	A
16 – Museu de História e Arte Regional de São Luiz do Paraitinga (MAHR) – <a href="https://acervodigital.unesp.br/mhar-slp">https://acervodigital.unesp.br/mhar-slp</a>	UNESP	Público - estadual	Ciência da Informação <sup>17</sup>	C
17 – Museu da Indumentária e da Moda – MIMo – <a href="http://mimo.org.br/">http://mimo.org.br/</a>	UAM	Privado	Artes	A
18 – Museu da Publicidade – <a href="http://www.tourvirtual360.com.br/publicidade/flash/index_museu_publicidade.html">http://www.tourvirtual360.com.br/publicidade/flash/index_museu_publicidade.html</a>	UP	Privado	Comunicação	A
19 – Museu Virtual Geológico do Pampa – <a href="https://sites.unipampa.edu.br/mvgrp/">https://sites.unipampa.edu.br/mvgrp/</a>	UNIPAM-PA	Pública - federal	Geociências	A
20 – Museu das Coisas Banais – <a href="https://www.museudascoisasbanais.com.br/">https://www.museudascoisasbanais.com.br/</a>	UFPEL	Pública - federal	Antropologia	C
21 – Museu Virtual do Sintetizador – <a href="http://www.ufrgs.br/mvs/">http://www.ufrgs.br/mvs/</a>	UFRGS	Pública - federal	Artes	A

Fonte: Tabela produzida pelos autores

<sup>17</sup> A diversidade de temas abordados por este museu e, especialmente, sua dinâmica, nos trouxeram vários questionamentos quanto à sua classificação por área do conhecimento. Em virtude de sua íntima relação com a informação produzida e armazenada em diversos contextos caros à área da Ciência da Informação, foi que optamos por esta classificação.

A partir dos dados apresentados, verifica-se que a maioria dos museus virtuais universitários identificados estão na esfera pública federal (60%), seguido pelos da esfera pública estadual (28%) e, em menor escala, na esfera privada (12%)<sup>18</sup>, corroborando os perfis obtidos para museus universitários em geral, obtido por Marques e Lira-da-Silva, em 2011. As temáticas sobre as quais se debruçam esses espaços virtuais e que os caracterizam dentro de áreas do conhecimento são muito diversas, motivo pelo qual optamos por apresentá-las em números absolutos e não em percentual: 04 museus de História, 03 de Artes, 02 de Antropologia, Morfologia, Comunicação e Geociências e, 01 de Zoologia, Educação, Ecologia, Educação Física, Medicina e Ciência da Informação.

Utilizando a forma de categorização proposta por Lima (2019a), como já descrito, verifica-se que, no universo de 21 museus virtuais identificados, 29% se enquadram como museu virtual original digital (Categoria A), 14% como museu virtual conversão digital (Categoria B) e 57% como museu virtual composição mista (Categoria C). Portanto, parece haver uma tendência maior à característica mista.

Reitera-se, através desses números, o quanto os museus universitários estão pouco presentes no âmbito virtual. Se tal constatação nada tem de exatamente nova, pois, por exemplo, Chalub e Gauz (2013) já apontavam como a maioria dos sites das universidades, ao menos na região sudeste, não tornava satisfatoriamente visíveis seus museus nestes espaços, uma nova dimensão do descompasso entre os museus e o ciberespaço é obtida através dos dados expostos. Há uma defasagem não apenas no que tange o contato com estes espaços, como na sua própria exposição nas “www”, quanto, de maneira ainda mais importante no contexto da pandemia e de um novo normal, na divulgação, apresentação e comunicação dos acervos destes espaços em plataformas *on-line*. Não deixa de ser significativa não apenas a baixíssima porcentagem de museus autodenominados virtuais universitários, como o número ainda menor de museus físicos que buscam este recurso.

Obviamente, o museu virtual, enquanto experiência nova, pode intimidar àqueles que, muitas vezes, já não tem suporte para suprir às próprias deficiências (materiais) com que lutam, além de representarem outra forma e proposta de comunicação que pode ser desafiadora. Mesmo entender tais espaços de acordo com os conceitos dos quais se dispõe previamente pode, por vezes, ser tarefa complicada, afinal, não deixa de ser quase subjetiva a maneira de interpretar a materialidade dos museus virtuais como, por exemplo, o Museu das Coisas Banais. Afinal, a princípio, os objetos - banais - ali expostos têm uma existência real, para além do virtual, ainda que não necessariamente enquanto coleções organizadas, mas o que leva as pessoas a inserirem esses registros no Museu e sobre o quê reside a própria ideia do Museu em si, liga-se menos na existência material dos próprios objetos, que podem ou não existir ainda, quanto nas memórias e valores a eles atribuídos. Ou seja, por mais que se tenha classificado o museu específico como um Museu Virtual Composição Mista, pois se sabe que, ao menos parte do acervo existe fisicamente, e, de certo modo, a intenção de preservar ou musealizar algo sempre passa por valores atribuídos que estão para além da materialidade em si, poder-se-ia argumentar que o dado da materialidade, nesse contexto, é indiferente. Aquilo que o Museu em si visa registrar

<sup>18</sup> Informamos que para os cálculos da vinculação institucional aqui apresentados optamos por contar individualmente cada uma das estações do Museu AfroDigital, tendo em vista as vinculações institucionais diversas. Já no que diz respeito aos museus privados englobamos nesta classificação também os confessionais.

Comunicação em Museus Universitários:  
sobre a presença dos museus virtuais brasileiros na *world wide web*

independe da conservação e localização da forma material do que ali expõe, que pode ter se perdido, sendo, de certo modo, os depoimentos de cada indivíduo que compõem as entradas, o principal, não as “coisas banais” por si mesmas, pois o que se visa discutir é a capacidade desses objetos serem portadores de memórias, a relação entre as pessoas e as coisas, registrar as afetividades individuais, democratizando a constituição dos acervos, sendo os objetos quase um pretexto, não um fim em si.

Entretanto, nem todos os museus universitários autodenominados virtuais identificados visam seguir uma linha tão difícil de enquadrar em parâmetros pré-concebidos ou trabalham com coleções com especificidades similares. E, mesmo assim, não apenas são pouquíssimos em quantidade, como ainda é ínfimo o número de museus físicos que ousa converter-se digitalmente. A questão dos museus universitários virtuais e mesmo da exposição dos museus universitários em geral através da “www” apenas frisa a própria relativa invisibilidade desses espaços para além dos muros das instituições que os abrigam, por vezes dos próprios departamentos, indo na contramão da necessidade cada vez maior de se estar on-line para serem vistos e comunicar algo.

### **Comunicação dos museus universitários virtuais no Brasil**

Conforme analisamos no item anterior, a quantidade dos museus universitários virtuais no universo total dos museus universitários é extremamente diminuta e não cobre a amplitude de temáticas abordadas pelos museus com suporte totalmente físico. Contudo, também consideramos necessário analisar o potencial de comunicação destes museus, posto que sua simples existência, na “www”, não implica no cumprimento desta função.

Dada a dificuldade de analisar o potencial de comunicação de qualquer instituição, por falta de indicadores já estabelecidos, e pela própria polissemia que acompanha a ideia de comunicação em museus, estabelecemos categorias de análise baseadas nas recomendações da Declaração de Caracas (DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992), que foi um marco no campo, dedicando-se a uma detalhada discussão sobre o tema.

Ressaltamos que nosso principal objetivo com esta análise não é a apresentação dos problemas de cada um dos museus universitários virtuais identificados no item anterior, mas sim a análise das necessidades de comunicação dos museus universitários virtuais como um todo, através do recorte dos museus que identificamos até o momento. A presença dos museus universitários na “www” impõe desafios éticos e comunicacionais, que são cada dia mais prementes e atingem com mais força os pequenos museus, conforme asseveram Magaldi, Brulon e Sanches:

Ao manipular a realidade por meio do uso das TICs, os museus re-apresentam a realidade, criando e alterando o social na performance museal, e logo uma nova ética museal, com ênfase na sociedade, se impõe sobre as instituições. Os desafios éticos aliados à imposição de um contato mais intenso com seus públicos são ainda mais evidentes para museus com menos recursos, e que utilizam das tecnologias para se comunicar apenas como um método complementar aos mecanismos tradicionais de comunicação (MAGALDI; BRULON; SANCHES, 2018: 141).

Diante deste cenário é que optamos por não fazer a análise individualizada, e sim, construir questões que nos sirvam como indicadores do processo comunicacional, e nos possibilitem empreender uma análise global que pode, e deve, ser também levada a efeito por outros pesquisadores.

Retomando a análise a partir da Declaração de Caracas sobre o museu e a comunicação, é importante salientar que desde o seu preâmbulo até suas recomendações, a Declaração trabalha com a perspectiva de que a sociedade já se encontrava na “época da comunicação”, cabendo ao museu enfatizar sua função comunicacional, e afirmando que a:

função museológica é, fundamentalmente, um processo de comunicação que explica e orienta as atividades específicas do Museu, tais como a coleção, a conservação e a exibição do patrimônio cultural e natural. Isto significa que os museus não são somente fontes de informação ou instrumentos de educação, mas espaços e meios de comunicação que servem ao estabelecimento da interação da comunidade com o processo e com os produtos culturais (DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992: 73).

Em análise empreendida por Horta (1995) acerca da Declaração de Caracas seu conteúdo pode ser lido em três perspectivas principais: um balanço e atualização da situação política dos museus na América Latina de acordo com suas características sociais; uma atualização das posturas políticas da Declaração de Santiago; e

Uma agenda de atuação e uma proposta de conceituação para os museus hoje, os desafios a serem enfrentados, as metas a serem alcançadas, uma nova visão destas instituições e uma proposta de definição de suas funções e modos de atuação de acordo com a realidade do Continente (HORTA, 1995: 64).

Neste sentido é que embora a discussão acerca do processo de musealização não estivesse no cerne dos interesses da Declaração, acreditamos que é importante fazer um paralelo desta relação entre museu e comunicação apresentada em Caracas, com o conceito de musealização desenvolvido por Stranski e explicado por Brulon: de acordo com a teoria stranskiana, a “musealização como um processo social em cadeia” (2018: 196) depende de três operações, intelectuais, mas com abordagem ativa, atuantes no mundo social: a seleção, a tesaurização e a comunicação. Ou seja, a comunicação é uma das operações que constituem a própria musealização<sup>19</sup>, o que implica, para os fins deste trabalho, na conclusão de que se os museus universitários não conseguem realizar a comunicação, não chegam a realizar a própria musealização, contribuindo, por sua vez, para não comunicar a própria universidade contemporânea, nem interna nem externamente.

A fim de refletir sobre a atuação dos museus universitários como um todo, é que buscamos transformar o conjunto das recomendações propostas pela Declaração de Caracas acerca de “Museu e Comunicação” em perguntas de pesquisa, que nos servem para problematizar a comunicação dos museus universitários virtuais, conforme demonstramos na Tabela 5 a seguir:

19 Fazemos esta articulação da comunicação com a própria musealização para demarcar, claramente, que não estamos considerando, para os fins deste trabalho, que a comunicação seja reduzida a uma das atividades do museu que “inclui no processo de comunicação as funções de exposição, de publicação e de educação exercidas pelo museu” (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013: 36).

Tabela 5 - Recomendação da Declaração de Caracas, Perguntas para a Pesquisa e Temas Relacionados

Recomendações da Declaração de Caracas (1992)	Perguntas para pesquisa	Temas
<i>Que o museu busque a participação plena de sua função museológica e comunicativa, como espaço de relação dos indivíduos e das comunidades com seu patrimônio, e como elos de integração social, tendo em conta em seus discursos e linguagens expositivas os diferentes códigos culturais das comunidades que produziram e usaram os bens culturais, permitindo seu reconhecimento e sua valorização.</i>	Estabelece relações entre a comunidade universitária e o seu patrimônio?	Relação com a comunidade (intra e extra universidade).
	Usa diferentes códigos culturais para se fazer entender pela comunidade universitária?	Recursos comunicacionais no sentido mais estrito.
<i>Que se desenvolva a especificidade comunicacional da linguagem museológica, possibilitando e promovendo o diálogo ativo do indivíduo com os objetos e com as mensagens culturais, através do uso de códigos comuns e acessíveis ao público, e da linguagem interdisciplinar que permite recolocar o objeto em um contexto mais amplo de significações.</i>	Usa códigos comunicacionais acessíveis ao público em geral?	Recursos comunicacionais no sentido mais estrito.
	Articula seus objetos (de qualquer natureza) com um contexto mais amplo de significações para além das vivências da comunidade universitária?	Tratamento das suas coleções (físicas ou digitais).
<i>Que o museu oriente seu discurso para o presente, enfocando o significado dos objetos na cultura e na sociedade contemporânea e não somente em como e por que se constituíram em produtos culturais no passado; neste sentido o processo interessa mais que o produto.</i>	Contextualiza as coleções na sociedade contemporânea evitando enfatizar apenas o valor de antiguidade?	Tratamento das suas coleções (físicas ou digitais)
	Apresenta o processo de musealização das coleções?	Autoconsciência do seu papel social.
<i>Que se levem em conta os diferentes modos e níveis de leitura dos discursos expositivos por parte dos múltiplos sectores do público, buscando novas formas de diálogo, tanto no processo cognitivo como no aspecto emocional e afetivo de apropriação e, internalização de valores e bens culturais.</i>	Dialoga com múltiplos públicos através de modos específicos?	Relação com a comunidade (intra e extra universidade).
	Considera, no seu processo comunicacional, aspectos emocionais e afetivos em equilíbrio com os aspectos cognitivos?	Tratamento das suas coleções (físicas ou digitais).
<i>Que se desenvolvam investigações mais profundas e amplas sobre a comunidade em que está inserido o museu, buscando nela a fonte de conhecimento para a compreensão de seu processo cultural e social, envolvendo-a nos processos e atividades museológicas, desde as investigações e coleta dos elementos significativos em seu contexto, até sua preservação e exposição.</i>	É possível identificar a comunidade em que está inserido o museu?	Relação com a comunidade (intra e extra universidade).
	Mantém relações dialógicas com a comunidade?	Relação com a comunidade (intra e extra universidade).
<i>Que se aproveitem os ensinamentos que oferecem os meios de comunicação de massas, com sua linguagem dinâmica e contemporânea, propondo-se ao mesmo tempo os museus como alternativas a esses meios, como espaço de reflexão crítica da realidade contemporânea que possibilite estimule as vivências mais profundas do homem em sua integridade.</i>	Consegue articular os recursos da “www” com outras linguagens e vivências?	Recursos comunicacionais no sentido mais estrito.
	Possibilita estabelecer um pensamento crítico em relação à realidade e aos seus principais objetos?	Autoconsciência do seu papel social.
<i>Que o museu contribua para a capacitação permanente dos indivíduos e comunidades no uso dos meios tecnológicos, dos processos e dos instrumentos científicos, desmistificando-os em benefício do desenvolvimento individual e social.</i>	Possibilita uma relação dialógica com a ciência e a tecnologia, considerando-as como mais um construto social?	Autoconsciência do seu papel social.

Que se <b>valorize constantemente a comunicabilidade dos discursos e sistemas expositivos</b> , buscando novas formas e parâmetros de análise que <b>ultrapassem a perspectiva simplista e quantitativa de medidas de comportamento e reações no espaço da exposição</b> , ou seja, da absorção de informações.	Apresenta diversidade de ferramentas de diálogo e extroversão em suas exposições?	Recursos comunicacionais no sentido mais estrito.
	Possui ferramentas que possibilitem realizar análise de recepção para além do estudo de público quantitativo?	Recursos comunicacionais no sentido mais estrito.
Que se busque sua forma de <b>ação integral e social</b> por meio de uma <b>linguagem aberta, democrática e participativa</b> que possibilite o desenvolvimento e o enriquecimento do indivíduo e da comunidade.	A instituição possui mecanismos para a auto reflexão sobre a sua identidade?	Autoconsciência do seu papel social.
	Incentiva formas democráticas e plurais de comunicação?	Relação com a comunidade (intra e extra universidade).

A metodologia adotada para o desenvolvimento das perguntas de pesquisa / temas baseou-se na análise de conteúdo temática (GOMES, 2012) que, por sua vez, já é uma adaptação do método da análise de conteúdo criada sobretudo por Bardin (1977).

Na perspectiva de Bardin a análise de conteúdo compreende um conjunto de técnicas sistematicamente construídas com a intenção de proceder a análise dos diversos tipos de comunicação, com a finalidade de permitir a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e/ou recepção de mensagens. Apesar de se tratar de uma metodologia bastante conhecida (e até mesmo vulgarizada), acompanhamos o pensamento da autora acerca da sua flexibilidade e possibilidade de adaptação de acordo com o objetivo pretendido (BARDIN, 1977).

Assim, utilizamos as etapas de interpretação propostas por Gomes (2012): pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados/inferência/interpretação. Na pré-análise a intenção é conhecer as peculiaridades de todo o material selecionado para análise e reunir as ferramentas teóricas para proceder às demais etapas. Na fase de exploração do material é se que inicia a análise efetiva dos trechos selecionados, procedendo as seguintes operações:

- (a) distribuir trechos, frases ou fragmentos de cada texto de análise pelo esquema de classificação inicial (escolhido na primeira etapa);
- (b) fazer uma leitura dialogando com as partes dos textos da análise, em cada classe (parte do esquema);
- (c) identificar, através de inferências, os núcleos de sentido apontados pelas partes dos textos em cada classe do esquema de classificação;
- (d) dialogar os núcleos de sentido com os pressupostos iniciais e, se necessário, realizar outros pressupostos;
- (e) analisar os diferentes núcleos de sentido presentes nas várias classes do esquema de classificação para buscarmos temáticas mais amplas ou eixos em torno dos quais podem ser discutidas as diferentes partes dos textos analisados;
- (f) reagrupar as partes dos textos por temas encontrados;
- (g) elaborar uma redação por tema, de modo a dar conta dos sentidos dos textos e de sua articulação com o(s) conceito(s) teórico(s) que orienta(m) a análise (GOMES, 2012: 92)

E, por fim, na terceira etapa, procede-se a síntese interpretativa “através de uma redação que possa dialogar temas com objetivos, questões e pressupostos da pesquisa” (GOMES, 2012: 92).

Para este artigo apresentamos, na Tabela 5 acima, as operações de exploração do material até o item “(f) reagrupar as partes dos textos por temas encontrados”, passando a seguir, diretamente para a elaboração da síntese interpretativa que é constituída pela análise das potencialidades de comunicação

dos museus universitários virtuais brasileiros que identificamos até o momento.

Buscou-se, assim, ao visitar os sites desses museus, responder às questões propostas a partir da metodologia adotada, de maneira a elucidar como “a comunicação é a abordagem museológica da realidade e ela cria, ao mesmo tempo, um laço recíproco com a realidade original que se estabelece em “um plano qualitativamente mais elevado” (STRANSKY, 1974: 31 *apud* BRULON, 2018: 196). No entanto, a realidade desses espaços visitados é contrastante, de modo que o que se encontra é muito variado e as respostas não apenas são diversas em cada caso, como nem sempre demonstraram-se possíveis de ser integralmente obtidas.

Em algumas ocorrências, como não deixa de se constatar mesmo em museus físicos, as ferramentas de comunicação adotadas não foram capazes de tornar explícita a maneira como a própria comunicação é construída, tanto de um ponto de vista técnico, quanto em relação ao trabalho de construção de significados e de dimensões críticas acerca dessa construção social não-natural que é o museu, e que significa expor, de certo modo, o próprio código fechado que o constituiu - e que talvez seja a única coisa que o museu, de acordo com Meneses (1994), pode ensinar ao público em geral. De tal modo, não sem significado, diversos museus (virtuais) não tornam visíveis seus processamentos técnicos, unicamente apresentam seus produtos “acabados”. No entanto, tal questão ganha outra dimensão desta situação no caso do museu virtual, dado que, como há casos em que a virtualidade pretende ser sua única forma de se apresentar e existir no mundo, ou seja, um espaço “autocontido”, a inexistência de certas informações, dados e da própria apresentação de determinados processos significa a construção de um mundo no qual esses elementos (aparentemente) não fazem parte e são, assim, impossíveis de ser recuperados, pois não apresentam um espaço dentro ou fora do ciberespaço ao qual se possa recorrer para elucidar tais questões.

### I. Relação com a comunidade (intra e extra universidade) e Autoconsciência do seu papel social

Fazendo uma analogia com a perspectiva de “totalidade” apresentada por Lévy (1999) para tratar do ciberespaço, a existência do museu no ambiente virtual e a sua autoconsciência acabam por ser faces, diferentes, mas complementares, do trabalho de construção de significados e de dimensões críticas acerca do museu virtual.

Por este motivo, optamos por associar, em um mesmo texto os temas “Relação com a comunidade” e “Autoconsciência do seu papel social”, pois ambos os temas nos falam sobre o processo completo de musealização, no mesmo sentido atribuído por Magaldi (2015: 180) em estudo de caso acerca do *Temporary Museum of Permanent Change* e da Experimentoteca de Física da UnB<sup>20</sup>, quando conclui que é a “musealização [que] proporciona a compreensão do patrimônio virtual nas instituições museológicas”. Ou seja, sem conhecermos sua musealização não podemos realmente analisar nem o museu nem suas características de comunicação.

No que tange à comunicação com a sociedade (intra e extra universi-

20 Esclarecemos que a Experimentoteca de Física da UnB é um processo museológico desenvolvido no âmbito do Museu Virtual de Ciência e Tecnologia (<http://www.museuvirtual.unb.br/>) analisado neste trabalho.

dade), percebe-se certo paradoxo, pois se muitos desses museus são voltados, até certo ponto, para as especificidades das áreas (o que poderia significar um grande envolvimento da comunidade universitária e seus pares), nem sempre se coloca em evidência espaços nos quais o diálogo com a comunidade universitária poderia ocorrer, ao mesmo tempo em que, recorrentemente, tampouco é possível encontrar claramente evidenciadas formas de interação e acolhimento para a sociedade em geral em suas composições estrutural e gráfica. Neste sentido, observar a interação destes espaços virtuais com a sociedade em seu todo é sempre perceber um jogo de forças que os faz querer atuar para fora (extra universidade), com a divulgação científica, enquanto, mesmo que a elas se alinhem, tendem a se desvencilhar do diálogo interno, da presença de questões educativas próprias da realidade do ensino superior (intra universidade), de modo que esses vetores não de raro se anulam, sem lograr êxito completo nem em uma fronteira, nem em outra.

Talvez possamos pensar que esse paradoxo está associado à própria trajetória da “universidade como instituição, em especial sua relação com a sociedade e o estabelecimento de sua autonomia” (RIBEIRO; SEGANTINI; GRANATO, 2019: 54) – sempre delicada, na medida em que é sempre tênue a linha entre a autonomia universitária e sua inclusão/exclusão da sociedade, tal como nos lembra a necessidade expressa da missão da extensão universitária.

Este ponto fica muito claro ao se pensar como se estabelecem as relações entre a comunidade universitária e o seu patrimônio. Obviamente, maior ou menor destaque é dado ao vínculo institucional, aos departamentos em que se inserem, aos projetos de pesquisa e extensão, com links para os mesmos, preferencialmente em destaque, como, por exemplo, observamos ocorrer no Museu Virtual da Biodiversidade do Cerrado Prof. José Hidas e, em menor grau, no Museu de Arte Abraham Palatnik. Assim o faz também o Museu Virtual de Anatomia da UnB, que também busca evidenciar suas parcerias e atividades vinculadas à extensão. Em outros casos, se o vínculo em si é demonstrado, links não são fornecidos – ao menos não em sua página inicial, de forma destacada, tendo de explorar mais o site para obter tais informações –, o que seria importante para permitir explorar mais a fundo a relação de cada museu com diferentes instâncias acadêmicas.

Em alguma medida, o anêmico vínculo institucional dos museus universitários virtuais se coaduna com o que consideramos ser um perfil administrativo dos museus universitários em geral, “o qual está vinculado, principalmente, ao baixo nível de institucionalização e à predominância de iniciativas individuais na formação das coleções e gestão dos museus” (RIBEIRO; SEGANTINI; GRANATO, 2019: 57), tornando instáveis tanto suas relações com a comunidade (intra e extra universidade) quanto a percepção externa do seu papel social.

Entretanto, é interessante frisar que espaços como as estações do Museu AfroDigital, o Museu de Memes e o Museu das Coisas Banais colocam em destaque e valorizam a sua própria produção acadêmica, ressaltando como os museus são produtores de conhecimento inseridos em instituições de ensino superior, embora nem sempre articulando o que realizam com o que o resto da universidade produz, como é o caso do Museu Virtual de Ciência e Tecnologia, que busca colocar em destaque a produção científica e tecnológica (dentro de seu recorte) da UnB, universidade em que se insere.

Em nossa percepção acerca da comunicação dos museus universitários virtuais, consideramos que a valorização da universidade enquanto contínua

produtora de patrimônio, e mesmo enquanto bem patrimonial ela mesma, geralmente só tende a ocorrer de forma mais óbvia nos casos em que o próprio museu apresenta-se como de caráter institucional. É o caso do Museu Virtual da UERN, do Centro Virtual de Memória da Extensão, do Museu Virtual do Instituto de Física da UFRJ e do Museu Virtual do IBILCE, nos quais a própria ideia do museu e de seu acervo representam o esforço de construir e comunicar a memória da instituição, as relações interpessoais daqueles que por lá passaram, as especificidades de seu patrimônio, enfim, apresentar o espaço universitário como aglutinador não apenas científico, mas social e cultural.

Certamente, dentro deste grupo institucional, é mais fácil identificar a comunidade a que se dirige o museu, bem como àquela em que ele próprio está inserido. Destaque deve ser dado, nesta categoria, ao caso do Centro Virtual de Memória da Extensão, que busca enfatizar a pluralidade da extensão em sua diversidade de áreas temáticas, atores envolvidos e impactos na sociedade e na universidade também através do engajamento do visitante, ao qual é dedicado espaço para que o próprio possa narrar suas histórias com relação aos projetos de extensão da UFMG. Acompanhando o argumento de Marques e Lira da Silva (2011: 20), percebemos que para facilitar o processo de comunicação dos museus universitários, virtuais ou não virtuais, é “fundamental, portanto, que as universidades definam o papel que os museus que estão sob sua guarda devem exercer e assim implementar uma política interna que viabilize este exercício”.

Porém, esta ferramenta de engajamento proposta não se limita à comunidade universitária, ainda que se possa pensar como muito ligada a esta. Construção similar, já essa toda voltada ao público em geral, percebe-se no Museu das Coisas Banais, nos quais utiliza-se a mesma ideia de registro de memórias pessoais (com grande êxito no engajamento dos participantes observado através do número de entradas, frise-se), revelando como é possível para esses espaços manter relações dialógicas com a comunidade. Da mesma forma, a estação UFBA do Museu AfroDigital carrega, em sua página inicial, um pedido de envolvimento do visitante, para que ele compartilhe seu acervo, porém não chega a apresentar link ou meio para que isso seja feito de forma simples e imediata. O engajamento do visitante pode ainda ser estimulado de outras formas, seja no Museu do Meme, que possibilita enviar doações ao acervo, em um link dentro de “acervo e exposições”, seja no Museu Virtual do Instituto de Física da UFRJ, que apresenta espaço, logo em sua página inicial, no qual os visitantes podem colaborar com sugestões, correções e, novamente, doações ao acervo.

Estas ferramentas escolhidas como exemplos, mas não únicas, incentivam formas democráticas e plurais de comunicação, a partir do momento em que o visitante não apenas ajuda a construir o acervo como pode mesmo influir, ou ao menos sugerir, em como este será comunicado. No entanto, esta realidade tampouco é observada em todos os espaços do universo analisado, nem é, dependendo do foco do próprio museu, passível de ser aplicada com tanta desenvoltura em todos eles. Tal situação, obviamente, se agrava ao se pensar nas limitações que inviabilizam a periódica atualização e reconfiguração dos sites, sejam elas de que cunho forem, mas que são questões que perpassam muitos desses ambientes virtuais, alguns, a julgar pelas datas que veiculam em seu *website*, não atualizados há quase 10 anos. Novamente, o perfil, e as dificuldades de comunicação, dos museus universitários virtuais correspondem àquele dos museus universitários não virtuais, marcados pela “necessidade de ampliação de quadros técnicos que contribuiriam com a [sua] consolidação [...], reverberando

na institucionalização desses espaços, na autonomia de dotação orçamentária e na definição de políticas institucionais e equânimes” (RIBEIRO; SEGANTINI; GRANATO, 2019: 59).

Assim, percebe-se que esses museus, de forma geral, se indubitavelmente buscam dialogar com múltiplos públicos, em algum nível, nem sempre conseguem fazê-lo através de modos específicos, muito embora os exemplos já frisados demonstrem algumas formas nas quais experimentos nessa área são feitos.

Neste tópico, no entanto, se falamos na visibilidade que os museus dão à comunidade intrauniversitária, ainda cabe aqui a pergunta “até que ponto esta comunidade dá, em contrapartida, visibilidade aos museus?” Estes espaços são claramente mencionados nos sites das universidades e há um link que redirecione diretamente aos museus virtuais, ou não? Será que esta situação não pode influir na própria maneira como os museus virtuais buscam se configurar e sua escolha de com quem visam dialogar?

Se cabe aqui indagar, não necessariamente cabe aqui responder – ao menos não na íntegra. Certamente se pode afirmar que a falta de uma maior exposição pelas universidades de seus museus ajuda na invisibilização desses espaços, e pode-se citar o caso do Museu Virtual do Instituto de Física que, havendo duas listagens elaboradas pela UFRJ de seus museus<sup>21</sup> e espaços de memória<sup>22</sup>, físicos e virtuais, não consta em nenhuma das duas. Se uma situação como esta se reflete na configuração e na comunicação desses museus virtuais com o público intrauniversitário é questão para se desenvolver em outro trabalho, não havendo elementos para elaborar em cima destas inquietações aqui, mas não deixa de ser relevante apontá-los. Seria interessante refletir, sistematicamente, acerca do quanto a predominância de iniciativas individuais na formação das coleções e gestão dos museus termina por ser uma reprodução das práticas acadêmicas do ensino e, principalmente, da pesquisa, na qual as práticas dos professores/pesquisadores enfatizam o aspecto individualista e insulado das carreiras acadêmicas. Afinal, se nos questionamos acerca da autoconsciência do papel social dos museus universitários virtuais, também é possível ampliar esse questionamento para a autoconsciência do papel social dos museus universitários não virtuais e, por fim, da própria universidade...

## 2. Recursos comunicacionais no sentido mais estrito e Tratamento das suas coleções (físicas ou digitais)

A dubiedade entre o desejo de comunicação com os públicos intra e extrauniversitário se faz ainda mais presente ao se pensar nos recursos comunicacionais no sentido estrito: “funções de exposição, de publicação e de educação exercidas pelo museu” (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013: 36), e no processamento técnico das coleções dos museus universitários virtuais. Em alguns casos, pelas próprias temáticas abordadas, os museus tendem a utilizar códigos culturais muito voltados para a comunidade universitária, mesmo que se possa argumentar que, em maior ou menor grau, todos ao menos busquem utilizar tais códigos da maneira que parecem julgar mais acessível possível, porém isso nem sempre se traduz em uma linguagem completamente compreensível ao público em geral.

21 Disponível em: <<https://ufrj.br/noticia/2015/10/22/museus-da-ufrj-s-o-apresentados-em-conselho-internacional>>. Acesso em: 03 jun. 2020.

22 Disponível em: <<http://memoria.sibi.ufrj.br/index.php/lugares-de-memoria>>. Acesso em: 03 jun. 2020.

Novamente é a inserção do museu na cultura universitária que precisa ser evocada para analisar seus recursos comunicacionais, visto que “os museus universitários apresentam-se, via de regra, em posição peculiar enquanto locais de produção de conhecimento e testemunhos históricos desta produção, em parte pelo próprio sistema no qual se encontram inseridos” (ABALADA; GRANATO, 2019:7), manejando linguagens de especialidade e especificidades temáticas que estão longe de serem apenas circunstanciais, pelo contrário, sendo constitutivas de sua própria episteme e influenciando fortemente na escolha dos seus códigos comunicacionais.

Certamente, dentro do quadro maior, pelo próprio foco mais incisivo na atração do público extrauniversitário, o Museu das Coisas Banais, o Museu de Memes e o Museu Virtual de Ciência e Tecnologia buscam maior diversidade de códigos comunicacionais, além de o fazerem de forma realmente acessível ao público em geral. Estes espaços apresentam diversidade de ferramentas de diálogo e extroversão do seu acervo, incitando a participação direta do público. O grupo composto pelo Centro Virtual de Memória da Extensão, o Museu das Coisas Banais, a estação UFBA do Museu AfroDigital, o Museu de Memes e mesmo o Museu Virtual do Instituto de Física da UFRJ realmente parece frisar, mais ou menos satisfatoriamente, a participação do visitante, o encorajamento do papel ativo que vai desde o espaço para comentário até a criação de entradas do acervo, em um processo dialógico.

Interessante ressaltar que mesmo ao público especializado da área de museus, tanto o Museu das Coisas Banais quanto o Museu de Memes tendem a ser mais amigáveis ao usuário/visitante, colocando de maneira mais aparente suas políticas de gestão, catalogação e processamento do acervo, possibilitando uma leitura mais profunda desses espaços e uma visão mais completa de seu processamento técnico.

Certos casos, como o Museu de Arte Abraham Palatnik, o Museu Virtual do Esporte/eMuseu do Esporte e o Museu da Publicidade, tentam driblar as dificuldades da comunicação virtual com o público mais amplo associando-se à linguagem espacial das exposições dos museus físicos do modelo clássico, (re) criados em ambiente 3D. Uma forma na qual buscam articular os recursos da *www* com outras linguagens e vivências, especificamente àquelas ligadas tradicionalmente à experiência museal, e que, pode-se argumentar, os aproximaria do que Ferreira e Rocha (2018) classificam como *cibermuseus*.

Ao tentarem utilizar-se de padrões que orientam o usuário em um ambiente novo com base em concepções e modelos familiares, ao possibilitar a visita virtual a espaços que buscam emular uma visita física a um museu, inclusive com o ocasional direcionamento do visitante em seu percurso, emula-se, também, técnicas da comunicação dos museus físicos virtualmente, podendo reproduzir-se também os problemas e limites dos “modelos tradicionais da linguagem expositiva [que] privilegiam em seus discursos as perspectivas científicas e acadêmicas das disciplinas correspondentes à natureza de suas coleções, usando códigos alheios à maioria do público” (DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992: 74).

Alguns desses museus apresentam espaços como “impacto social<sup>23</sup>”, na

23 A categoria “impacto social” é um dos mais típicos critérios do sistema de avaliação das pós-graduações brasileiras, levado a efeito pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Neste item os programas de pós-graduação devem indicar quais atividades realizadas apresentam impacto direto na sociedade, para além dos muros das universidades onde se encontram sua quase totalidade. Sintomático o uso do termo em um museu universitário virtual.

estação da UERJ do Museu AfroDigital, ou *links* que direcionam para suas páginas em redes sociais, como o Museu Virtual do Ibilce, que poderiam indicar ferramentas que permitiriam realizar análise de recepção para além do estudo de público quantitativo, porém o conteúdo aí presente nem sempre chega a dar espaço a grandes avanços no tema. De certo modo, os casos nos quais o acervo, ou parte dele, é construído pelo próprio público permite, com maior fluência, tais tipos de análise, pois a contribuição dos visitantes será condicionada por como os próprios interpretaram a proposta dos museus, situação que é ainda mais exacerbada nos casos, como no Museu de Memes, em que há espaço para comentários de visitantes sobre cada “peça” do acervo, de modo que é possível observar diretamente como o visitante se relaciona com o acervo e o museu, acabando por suavizar o uso das linguagens de especialidade típicas das disciplinas que compõem a coleção.

Como já assinalado, muitos desses museus virtuais buscam estabelecer contato com a sociedade extrauniversidade em detrimento da própria comunidade universitária. Uma posição que se mantém mesmo que a abrangência e visibilidade destes sites nem sempre consiga superar os muros universitários ou que, em tese, as próprias temáticas propostas sejam, por seu nível de especificidade, mais adequadas a um diálogo interno ou acadêmico do que para se endereçar ao público em geral. A persistência de um tal posicionamento certamente deveria ter suas vantagens na divulgação e popularização do conhecimento científico e das fontes, meios e mecanismos de pesquisa, elementos que cada vez mais se mostram necessários nas tópicas da sociedade atual.

Conseqüentemente, uma tal escolha deveria se ver refletida na maneira como esses museus tratam e buscam dotar de significados suas coleções, de forma que sejam acessíveis a um público em geral. No entanto, se este é o quadro ideal, nem sempre se percebe a articulação da comunicação dos acervos com um contexto mais amplo de significações para além das vivências da comunidade universitária. Percebe-se a vontade de falar para fora de seu grupo, mas certa ausência de meios para tal: isto quando, em casos extremos, os próprios objetos não viram ilustrações de seus textos explicativos ou simplesmente são invisibilizados em prol de comentários e discussões cuja complexidade de formulação nem sempre congrega valor ao que é apresentado.

Apesar das mudanças que vêm ocorrendo na última década, com o aumento exponencial dos cursos de graduação em Museologia nas instituições de ensino superior federais brasileiras, não podemos deixar de registrar o fato de que a maioria dos museus universitários tem pouca proximidade com as reflexões da Museologia, pois já apontamos reiteradamente as dificuldades materiais e humanas destes museus como um todo.

Para além da ausência do profissional museólogo, também é importante registrar que os museus universitários virtuais podem gerar um questionamento ainda mais profundo acerca do papel de seu acervo, agudizando as dificuldades já existentes nos museus universitários não virtuais e complexificando a ressignificação do acervo, pendendo para uma abordagem cartorial ou operacional, conforme explica Meneses:

(...) ao se falar em acervo, é preciso acrescentar ao acervo cartorialmente definido, de posse institucional do museu, aquele acervo operacional (porque é sobre ele que o museu opera), constituído por todo aquele tipo de evidência - que pode estender-se a um território inteiro (MENESES, 1994: 12).

Certamente, tampouco faltam exemplos que ilustrem como essa dinâmica pode funcionar de maneira diversa, com diferentes níveis de interlocução e eficácia. Museus que trazem depoimentos de “pessoas comuns” como parte explicativa ou como componente do próprio acervo, como o Museu da Moda ou o Museu das Coisas Banais, certamente já apresentam maior facilidade para transitar entre essas duas esferas, capazes de inserir seu acervo em contexto mais amplo de significações, indo do particular ao coletivo, do extra ao intrauniversitário. Entretanto, de interesse maior, talvez seja ressaltar um caso em que, por se propor a atuar na divulgação científica mais propriamente dita, demonstra, na sua linguagem e concepção visual, domínio no trabalho de popularização, bem como de facilitação tanto ao acesso quanto ao conteúdo e à linguagem científicos, na exposição e comunicação dos acervos diversos que se utiliza para compor seu próprio acervo: o Museu Virtual de Ciência e Tecnologia. Talvez não seja mero detalhe frisar que a articulação de um amplo contexto de significações obtida neste caso específico relaciona-se, também, com o fato de ser uma iniciativa oriunda da própria área da Educação, de modo que para além do conhecimento de seu público (que em muito ultrapassa a comunidade universitária) e o de que deseja comunicar a ele, residem na natureza da proposta e sua execução, objetivos (dentro e fora da área de concentração) bem delimitados que, claramente, facilitam a realização desse processo com propriedade.

Neste sentido, nunca é demais fazer referência às múltiplas necessidades disciplinares de qualquer tipo de museu, universitário, virtual ou não. Não há como analisar os recursos comunicacionais e o tratamento das coleções (físicas ou digitais) de qualquer museu, sem levar em consideração suas relações interdisciplinares e suas estratégias de valoração.

Curiosamente, um traço comum à maioria desses espaços, é, por outro lado, evitar enfatizar apenas o valor de antiguidade de suas coleções. Não obstante, isto não significa que as coleções são sempre contextualizadas na sociedade contemporânea. Em alguns casos, como o Museu de Memes, porque a contemporaneidade e a atualidade são o próprio foco e contexto indissociável do acervo, de modo que tal constatação não consiste em uma crítica. Em outros, porque a historicidade dos objetos em si não é problematizada, apenas utilizando-se de seu fator didático dentro das áreas de interesse que constituem a atuação do museu, persistindo a valoração apenas do “como e porque se constituíram em produtos culturais no passado” (DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992: 75).

Ainda assim, é de se frisar, por exemplo, como as estações do Museu AfroDigital buscam contextualizar as coleções apresentadas em prol da forja de um sentimento de comunidade, identidade e memória, em um claro caso em que se leva em consideração, no seu processo comunicacional, aspectos emocionais e afetivos em equilíbrio com os aspectos cognitivos. Um fator que recebe destaque ainda maior nos casos em que a memória de visitantes ou de “pessoas comuns”, pertencentes ou não à comunidade universitária, são apresentadas e tecidas como parte integrante do próprio acervo, caso observado no Museu das Coisas Banais, no Museu da Moda, no Centro Virtual de Memória da Extensão ou mesmo no Museu Virtual do Instituto de Física. Nestes museus, o processo interessa mais que o produto, e o tratamento das coleções permite que o museu oriente seu discurso para a sociedade contemporânea (DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992).

## Considerações finais

Os museus universitários virtuais têm pouca expressividade quantitativa e sua comunicação no ciberespaço ainda é um desafio em construção. Não há como problematizar a comunicação dos museus universitários virtuais brasileiros sem retomar seu papel no processo comunicativo das universidades. As fragilidades institucionais do ensino superior brasileiro e, principalmente das instituições que pretendem realizar ensino, pesquisa e extensão, se fazem presentes nas fragilidades comunicacionais de seus museus, virtuais ou não.

Em uma sociedade em que a “linguagem aberta, democrática e participativa que possibilite o desenvolvimento e o enriquecimento do indivíduo e da comunidade” (DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992: 75) vem sendo cada vez mais atacada, faz-se necessário enfatizar a necessidade de comunicação das universidades e, claro, de todos os seus museus.

Neste contexto, a necessidade do cumprimento pleno da função comunicacional dos museus universitários é tão premente que chega a ser injusto analisá-la em apenas 4,1% dos 436 museus universitários brasileiros. A exiguidade dos números pode ser facilmente relacionada com a exclusão digital dos equipamentos culturais brasileiros como um todo.

O panorama se torna ainda mais crítico em tempos de enfrentamento da pandemia que determinou o afastamento social e a reclusão das pessoas em casa. Essa situação indica que, provavelmente, os museus nunca mais serão os mesmos, precisarão se reinventar, e uma ferramenta determinante nesse processo é a presença em espaços virtuais, tanto para a contextualização do tema a que se relaciona o museu, como para apresentação de acervos e realização de atividades com o público a distância.

Complexificando ainda mais a situação, nenhuma política específica - de nenhuma natureza, muito menos de comunicação - existe para os 436 museus universitários brasileiros. Após o fatídico incêndio do Museu Nacional (museu universitário vinculado à Universidade Federal do Rio de Janeiro), ocorrido em 02 de setembro de 2018, o Tribunal de Contas da União exarou o Acórdão nº 1243/2019<sup>24</sup>, no qual recomenda a elaboração de “plano de ação para a implementação de mecanismos de supervisão, coordenação e orientação dos museus sob a responsabilidade das universidades federais”, temos aí um primeiro passo atualmente em andamento<sup>25</sup>. Contudo, até que cheguemos aos museus virtuais, que, em tese, não pegam fogo (embora possam ser extintos até com mais facilidade por um erro de backup!), muito ainda teremos que caminhar em termos de elaboração de políticas e, principalmente, de sua implementação.

Portanto, por mais algum tempo, os 21 museus universitários virtuais brasileiros terão que contar com as suas próprias forças, felizmente aglutinadas em Fóruns, Redes, Comitês e outras formas de associação que vêm crescendo nas últimas décadas e favorecendo o repensar da sua função social e sua relação - intra e extra - universidade. Como já vêm demonstrando esses núcleos associativos, a comunicação está no cerne das forças, e das debilidades, dos museus universitários virtuais ou não.

24 Disponível em: <<https://pesquisa.apps.tcu.gov.br/#!/documento/acordao-completo/1243%252F2019/%2520/DTRELEVANCIA%2520desc%252C%2520NUMACORDAOINT%2520desc/0/%2520?uuiid=da64ef00-ae86-11ea-bb6c-3559b936bd11>>. Acesso em: 14 jun 2020.

25 Em maio de 2020 o Grupo de Trabalho Interministerial sobre Museus Federais responsável pela implementação do referido Plano ainda se encontra em fase de identificação e atualização de registro dos museus universitários.

Comunicação em Museus Universitários:  
sobre a presença dos museus virtuais brasileiros na *world wide web*

A falta de visibilidade desses espaços dentro e fora da internet é uma questão a ser ponderada. Como atrair estes espaços para plataformas *on-line* e com que recursos? Por sua vez, como fazer com que o público note e visite estes espaços nesse jardim de veredas informacionais, que se bifurcam, que constitui a *www*?

Nesse contexto, seria interessante que o Instituto Brasileiro de Museus - Ibram - pudesse coordenar uma iniciativa de disponibilização de museus virtuais a partir de uma plataforma digital. Nesse sentido, seria também importante ter um modelo de museu virtual que pudesse ser seguido, em *software* gratuito e amigável, e que possibilitasse produzir esses sítios na internet, como é o caso do *software* Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas - SEER<sup>26</sup>, disponibilizado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia - IBICT, para produção e publicação de periódicos eletrônicos.

Certamente esses caminhos sugeridos ainda representam pouco tendo em vista o que resta a ser trilhado, bem como tendem a dialogar especificamente com este escasso número de museus virtuais. No entanto, qualquer passo na direção de uma maior exposição à sociedade e no avanço da comunicação empregada nos museus universitários já é uma pequena vitória. Fazer-se notar e estabelecer diálogos parecem ser detalhes, mas já são grandes passos, não apenas dadas as questões que atravessam os museus universitários brasileiros e sua inserção na *www*, mas por serem dados em um mundo que busca se reinventar e encontra, alheio ao contato humano, a virtualidade como saída para se comunicar.

## Referências

ABALADA, Victor Emmanuel Teixeira Mendes; GRANATO, Marcus. Museus Universitários Brasileiros e Patrimônio Cultural de Ciência e Tecnologia: relações e resultados iniciais de um mapeamento. In: *Anais eletrônicos do XX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*. Florianópolis: ANCIB, 2019. Disponível em: <<https://conferencias.ufsc.br/index.php/enancib/2019/paper/view/650/665>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

ALMEIDA, Adriana Mortara. *Museus e coleções universitários: Por que Museus de Arte na Universidade de São Paulo?* 2001. 301 p. Tese (doutorado). Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, USP, 2001.

ALMEIDA, Adriana Mortara. Os públicos de museu universitário. *Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia*, São Paulo, v. 12, p. 205-217, 2002.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70 Ltda, 1977.

BRASIL. IBRAM. DECRETO N. 8.124, DE 17 DE OUTUBRO DE 2013. Regulamenta dispositivos da Lei N.º 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que institui o Estatuto de Museus, e da Lei N.º 11.906, de 20 de janeiro de 2009, que cria o Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM. Brasília, 17 out. 2013. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Decreto/D8124.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D8124.htm)>. Acesso em: 12 mai. 2020.

BRASIL. IBRAM. PORTARIA N.º 7 DE 9 DE JANEIRO DE 2017. Institui a Rede Nacional de Identificação de Museus. Brasília, 09 jan. 2017. Disponível em: <<https://renim.museus.gov>>.

26 Disponível em: <<http://www.ibict.br/tecnologias-para-informacao/seer>>. Acesso em: 26 abr. 2020.

br/wp-content/uploads/2014/04/Portaria-n%C2%BA-7-de-9-de-janeiro-de-2017-D.O.U.-se%C3%A7%C3%A3o-I-de-10-de-janeiro-de-2017...pdf>. Acesso em: 12 mai. 2020.

BRASIL. IBRAM. RESOLUÇÃO NORMATIVA N° 1, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2016. Estabelece os procedimentos e critérios específicos relativos ao Registro de Museus junto ao IBRAM e demais órgãos públicos competentes. Brasília, 14 dez. 2016. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=15/12/2016&jornal=1&pagina=33&totalArquivos=220>>. Acesso em: 12 mai. 2020.

BRASIL. LEI N° 11.904, de 14 de janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Brasília, 14 jan. 2009. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm)>. Acesso em: 17 abr. 2020.

BRASIL. DECRETO N° 5.773 de 09 de maio de 2006. Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e seqüenciais no sistema federal de ensino. Brasília, 09 mai. 2006. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/decreton57731.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

BRASIL. DECRETO N° 5.296 de 2 de dezembro de 2004. Regulamenta as Leis nos 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. Brasília, 2 de dez. 2004. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm)>. Acesso em: 26 abr. 2020.

BRULON, Bruno. Passagens da Museologia: a musealização como caminho. *Revista Museologia e Patrimônio*, Rio de Janeiro: v. 11, n. 2, 2018. Disponível em: <<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/view/722>>. Acesso em: 14 mai. 2020.  
CHALUB, Tania; GAUZ, Valéria. Museus nos portais das universidades públicas: Navegando pelo sudeste brasileiro. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 14, 2013, Santa Catarina. *Anais Eletrônicos...* Santa Catarina: UFSC, 2013. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xivenancib/paper/viewFile/4599/3722>>. Acesso em: 21 jul. 2019.

DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992. In: BRUNO, M. C. de O. (org.). *O Icom Brasil e o pensamento museológico brasileiro: documentos selecionados*. São Paulo: Pinacoteca do Estado: Secretaria do Estado da Cultura: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2010, p. 67 – 83.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. *Conceitos-chave de Museologia*. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus: Pinacoteca do Estado de São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura, 2013.

FERREIRA, Rubens Ramos; ROCHA, Luisa Maria G. M.. Museus Virtuais: entre termos, conceitos e formatos. In: Anais eletrônicos do XIX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. Londrina: ANCIB, 2018. Disponível em: <[http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIX\\_ENANCIB/xivenancib/paper/view/882/1743](http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIX_ENANCIB/xivenancib/paper/view/882/1743)>. Acesso em: 17 abr. 2020.  
GOMES, Romeu. Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. In: MINAYO,

Comunicação em Museus Universitários:  
sobre a presença dos museus virtuais brasileiros na *world wide web*

Maria Cecília de Souza (org.). *Pesquisa social*. Teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012, p. 79 – 108.

GRANATO, Marcus; MAIA, Elias da Silva; SANTOS, Fernanda Pires. Valorização do patrimônio científico e tecnológico brasileiro: descobrindo conjuntos de objetos de C&T pelo Brasil. *Anais do Museu Paulista*. São Paulo, v.22, n.2, p. 11-34, jul.- dez. 2014.

HORTA, Maria de Lourdes Parreira. Vinte anos depois de Santiago: A Declaração de Caracas (1992). Apresentação (1995). In: BRUNO, M. C. de O. (org.). *O Icom Brasil e o pensamento museológico brasileiro: documentos selecionados*. São Paulo: Pinacoteca do Estado: Secretaria do Estado da Cultura: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2010, p. 61 – 66.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Diana Farjalla Correia. O que se pode designar como Museu Virtual segundo os museus que assim se apresentam. In: *ENANCIB 2009 - Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (10)*, 2009, João Pessoa. Anais.... João Pessoa: ANCIB, PPGCI-UFPB, 2009. p. 2421-2468. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xenancib/paper/view/3312/2438>>. Acesso em: 21 abr. 2020.

LIMA, Diana Farjalla Correia. Musealização/Patrimonialização no espaço eletrônico Museu Virtual: integração dos aspectos material/tangível e imaterial/intangível. *Memória e Informação*, v. 3, n. 2, p. 86-105, jul./dez. 2019a.

LIMA, Joana David Caprário de. *A coleção de paleoinvertebrados do Museu Nacional do Rio de Janeiro (UFRJ): formação, trajetória e utilização em contexto museológico*. 2019. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2019. 613p.

MAGALDI, Monique Batista. *Navegando no Museu Virtual: um olhar sobre formas criativas de manifestação do fenômeno Museu*. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio) Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro/Museu de Astronomia e Ciências Afins/Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio, Rio de Janeiro, 2010.

MAGALDI, Monique Batista, SCHEINER, Teresa. Reflexões sobre o Museu Virtual. In: *Anais eletrônicos do XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*. Rio de Janeiro: ANCIB, 2010. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xienancib/paper/viewFile/3596/2720>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

MAGALDI, Monique B., BRULON, Bruno, SANCHES, Marcela. Cibermuseologia: as diferentes definições de museus eletrônicos e a sua relação com o virtual. In: MAGALDI, Monique B.; BRITO, Clóvis Carvalho (Org.). *Museus & museologia: desafios de um campo interdisciplinar*. Brasília: FCI-UnB, 2018. p. 135- 156. Disponível em: <[https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/33181/1/LIVRO\\_MuseusMuseologiaDesafios.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/33181/1/LIVRO_MuseusMuseologiaDesafios.pdf)>. Acesso em 14 mai. 2020.

MARQUES, Roberta Smania; LIRA-DA-SILVA, Rejane Maria. O Reflexo das políticas universitárias na imagem dos museus universitários: o caso dos museus da UFBA. *Museologia e Patrimônio*, v. 4, n. 1, p. 63-84, 2011. Disponível em: <<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/view/149/15>>. Acesso em: 14 mai. 2020.

MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. Do teatro da memória ao laboratório da História: a exposição museológica e o conhecimento histórico. *Anais do Museu Paulista*, n. 28 v.2, p. 9-42, 1994, jan.-dez.

OLIVEIRA, João Cláudio. O museu digital: uma metáfora do concreto ao digital. *Comunicação e Sociedade*, v. 12, p. 147-161, 2007.

PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro; FERREZ, Helena Dodd. *Tesouro Brasileiro de Ciência da Informação*. Rio de Janeiro; Brasília: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), 2014. Disponível em: <[http://sitehistorico.ibict.br/publicacoes-e-institucionais/tesouro-brasileiro-de-ciencia-da-informacao-1/copy\\_of\\_TESAUROCOMPLETOFINALCOMCAPA24102014.pdf](http://sitehistorico.ibict.br/publicacoes-e-institucionais/tesouro-brasileiro-de-ciencia-da-informacao-1/copy_of_TESAUROCOMPLETOFINALCOMCAPA24102014.pdf)>. Acesso em: 26 abr. 2020.

RIBEIRO, Maria das Graças; PÔSSAS, Helga Cristina Gonçalves. *Rede de Museus e Espaços de Ciência e Tecnologia da UFMG*. Belo Horizonte: Pró-Reitoria de Extensão da UFMG, 2006. 57 p.

RIBEIRO, Emanuela Sousa; SEGANTINI, Verona C.; GRANATO, Marcus. Museus e patrimônio cultural universitário: discutindo conceitos e promovendo parcerias e articulações. In: ARAÚJO, Bruno Melo de; SEGANTINI, Verona C.; MAGALDI, Monique; HEITOR, Gleyce Kelly M. (Orgs.). *Museologia e suas interfaces críticas: museu, sociedade e os patrimônios*. Recife: Ed. UFPE, 2019. p. 51-65.

SILVINO, Alexandre Magno Dias; ABRAHAO, Júlia Issy. Navegabilidade e inclusão digital: usabilidade e competência. *RAE electron.*, São Paulo, v. 2, n. 2, Dec. 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1676-56482003000200002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482003000200002&lng=en&nrm=iso)>. Acesso: 14 Jun 2020.

TIC CULTURA 2018. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019. Disponível em: <[https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/1/tic\\_cultura\\_2018\\_livro\\_eletronico.pdf](https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/1/tic_cultura_2018_livro_eletronico.pdf)>. Acesso: 26 abr. 2020.

Submetido em 16/06/2020.

Aprovado em 24/08/2020.